大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的策略探析

摘　要：传统媒体和新媒体在媒介形式上存在很大的差别。长期以来，传统媒体以其权威性、公信力在受众中产生深远影响。随着新媒体的不断发展，传统媒体的优势不再明显。在大数据背景下，传统媒体如何充分利用自身有利资源，实现与新媒体的融合发展显得十分重要。本文阐述了大数据对媒体发展的影响，论述传统媒体和新媒体融合的必要性及意义，分析传统媒体与新媒体融合面临的问题，并提出大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的策略。

关键词：大数据；传统媒体；新媒体；融合发展；策略
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）10-043-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.10.011

文 / 傅小利

前言

在大数据时代，每天都会产生海量的数据信息，这些数据信息对各行各业的发展都有很大的推动作用。大数据可以记录人们的日常活动，影响和改变人们生活、工作和学习的方方面面。在大数据背景下，传统媒体行业受到了极大冲击，传统媒体与新媒体的融合发展成为当前阶段的重要趋势。笔者根据实际工作和学习经验，阐述大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的策略，希望对我国媒体的融合发展有借鉴意义。

1. 大数据背景下媒体发展概述

1.1 大数据对媒体发展的影响

作为信息传统的中介和桥梁，媒体成为人们获取信息的主要方式。随着网络技术和信息技术的不断发展，新媒体依托互联网、数字电视、移动智能设备等，在传播过程中体现交互性、便捷性、瞬时性等，迅速受到人们的广泛欢迎和认可。与之对应的是，传统媒体的优势不再明显，而且弱化了传统媒体的传播功能。随着大数据的不断发展，人们获取信息的途径更加多样化，传统媒体要对当前局势有明确的把握，充分利用大数据带来的便利条件，努力实现传统媒体和新媒体的融合，推动媒体行业的健康发展。

1.2 大数据背景下新媒体的主要特征

在大数据背景下，新媒体不再是静态的概念。随着现代网络技术的不断发展和变革，新媒体是一种相对于传统理论概念而出现的新型概念内涵。在大数据背景下，新媒体具有以下几个方面的特征；一是创新性。这不仅体现在形式上，同时也体现在基础理论、支撑性技术等方面，新媒体的创新具有较强的时代和空间特征，在特定的历史时期和技术下不断发展；二是交互性。在大数据背景下，媒体传播主体和传播客体的界限不再明显，受众可以对信息进行评论、转发、讨论等，打破了传统媒体信息传播的限制，传播主体和传播客体可以实现直接沟通，推动信息沟通交流更加便捷；三是瞬时性。大数据背景下信息传播不再受时间和空间的制约，信息传播更加便捷，为受众提供了极大的便利。

2. 新旧媒体融合的必要性及意义

2.1 传统媒体优势

在过去很长一段时间，传统媒体一直占据主导地位，在长期的发展中积累了较为丰富的媒体传播经验。在大数据背景下，新媒体对传统媒体形成了较大的冲击，但是传统媒体的版式、内容、媒体风格等对人们产生的影响是不容忽视的。与此同时，传统媒体的权威性、公信力和品牌价值较为明显，时至今日，传统媒体在我国信息传播中的主导地位依然不可替代。在传统媒体和新媒体融合发展过程中，要注重传统媒体资源的优化配置，体现传统媒体的优势，为我国媒体行业的多样化发展创造有利条件。

2.2 传统媒体与新媒体融合的必要性

从新媒体的优势来看，其具有较强的数据管理和分析能力，强化与受众之间的沟通交流，提升数据处理的针对性和有效性，不断完善传播方式和结构，优化信息传播流程。不仅如此，新媒体及时解决受众反馈的问题，为他们提供更加优质的服务，这是传统媒体的不足之处。长期以来，受到技术、空间等方面的限制，传统媒体在传播过程中不能及时获取和反馈信息，影响了传统媒体的发展空间。新媒体涵盖的内容较多，通过将网络技术和多媒体进行融合，微博、微信等社交软件成为人们信息沟通的重要载体，改变了人们生活、学习、交流等，推动了信息传播的高速发展。尽量新媒体具有非常明显的传播优势，但是其权威性有待提升，同时原创新闻较少，一些新媒体平台为了经济效益散播娱乐、色情等方面的新闻信息，引起了受众的抵触心理，对媒体行业的长期发展不利。新媒体的发展离不开传统媒体的支持，两者需要相互融合、协调发展，才能推动新闻媒体的规范化、

健康化发展，促进媒体行业的不断进步。

2.3 传统媒体和新媒体融合的意义

大数据的发展为新媒体提供了技术支持，新媒体以其强大优势融入到人们的日常生活和工作中，新媒体平台不仅传播便捷，同时内容丰富，具有个性化的特点。不仅如此，新媒体注重新技术的有效应用，有助于完善媒体传播形式和组织结构，营造良好的媒体环境。从本质上来看，传统媒体和新媒体之间差异比较明显，传统媒体作为信息传播的基础，新媒体技术有助于推动社会信息传播的效率。也就是说，社会初级发展及形态可通过传统媒体表示，而加大传统媒体宣传能够有效促进社会稳定发展。从广大民众的角度来考虑，人们对传统媒体认同感更强，在表达观点时更为客观。在大数据背景下，传统媒体应强化与新媒体平台的融合，发挥各自的优势，实现传统媒体和新媒体的共同进步。

3. 传统媒体与新媒体融合的现状

3.1 媒体融合程度持续加深

大数据的发展带来了科学技术的不断革新，为了顺应社会发展的潮流，传统媒体和新媒体之间要强化资源整合力度，各自发挥自身的优势，才能促进两者的共同发展和进步。从实际情况来看，越来越多的传统媒体开始利用新媒体的优势，丰富新闻传播的内容和形式，利用新媒体平台传播新闻信息，扩大传播信息的影响力。在传统媒体和新媒体不断融合的过程中，组织机构和制度不断完善，建设网络平台成为每个传统媒体与新媒体融合的进阶版，各大媒体通过建立网络媒体平台强化与社会之间的互动交流，在一定程度上改变了舆论导向，扩大了新闻在民众中的影响力，推动了传统媒体与新媒体的有机融合。

3.2 全媒体时代已经来临

在传统媒体和新媒体不断融合发展中，我国已经进入全媒体时代，通过将多种媒体形式进行组合，从而充分发挥不同资源的优势。从主要特征来看，全媒体主要表现为“一个人即多个媒体主”，也可以认为，在全媒体时代下，工作人员不仅担任传统媒体工作，同时也兼任新媒体的工作内容。传统媒体具有固定的社会资源和传播渠道，新媒体传输速度快、渠道多、范围广，在两种媒体的融合下，全媒体平台实现了优势资源的整合。在全媒体发展阶段，人才的重要性愈发凸显，工作人员只有切实提升自身信息采编能力和新媒体运营方面的实践能力，才能在工作中游刃有余，推动媒体融合的实效性。

4. 传统媒体与新媒体融合的困境

4.1 融合目标缺乏明确性

在传统媒体和新媒体的融合过程中，两者都是为了各自的生存和发展，都缺乏明显的目标。在这种情况下，媒体融合缺乏有效的引导，很容易急功近利，导致融合的可操作性差，不利于媒体融合的正常开展。由于新媒体发展相对较晚，在管理制度上不够规范，相关的法律规章制度约束不足，造成新媒体市场运营时没有系统的规章制度。不仅如此，在传统媒体和新媒体融合时，优先传统新闻信息的重要性更加明显。在人才资源方面，融合对人才的综合能力要求更高，新媒体起步相对较晚，在融合发展中需要更多的人才支持。总的来说，缺乏明确的融合目标会增加传统媒体与新媒体融合的矛盾，这是媒体融合不得不面对的问题。

4.2 管理机制落后，融合流程混乱

受多种因素的影响，传统媒体在管理机制和人员配置上也存在不合理的现象，缺乏对从业人员的有效考核，在工作开展中内容衔接流畅性较差，工作效率不高。在网络技术和信息技术的推动下，新媒体应运而生，但在管理机制上还不够健全，新媒体市场运作暴露的问题愈发明显。媒体人在工作开展时没有一定的规章制度，造成传统媒体与新媒体融合的混乱。以广播电视与电脑手机客户端为例，针对同一个新闻事件，这两种媒体哪—个有先播放权，哪—个有信息掌控权，由于制度体系不完善，在实际执行时，容易出现模棱两可的情况，媒体人往往随波逐流，决定时凭借主观判断。

4.3 专业技术人才体系尚未完善

由于广大媒体人已经适应了传统媒体的传播形式，对传统媒体涉及到的相关技术了如指掌，而新媒体的出现则打破了这种格局，新技术、新理念不断融人到媒体传播过程，这就给媒体人提出了更高的要求。而目前，针对新媒体的人才组织架构还未健全，功能尚未完善，在新媒体运营过程中，部分媒体人的接受能力相对较差，系统操作不熟练，应对系统故障时手足无措，对新媒体涉及到的技术领域的专业知识极度匮乏，这就减缓了传统媒体与新媒体融合的速度。

4.4 创新意识薄弱

在地方媒体的发展过程中，要注重媒体的多元化趋势，但是从实际情况来看，新旧媒体融合中整体表现不尽如人意，比如内容生产不够健全、特色涵养物质严重缺失、本土化特色缺失等现象，这对新旧媒体融合发展形成一定的制约。从根源上来看，广大媒体人在创新意识和创新思维上相对缺乏，在融合的过程中，媒体人对各自的优缺点认识不到位，对实际工作产生了不良影响。

5 大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展路径

5.1 突破传统观念，消除思想上障碍

作为科学技术发展的必然产物，新媒体在传统媒体的基础上发展而来。新媒体更加注重用户体验，通过强化受众之间、传播主体与受众之间的沟通交流，提升媒体传播之间的有效互动。在媒体融合发展中，传统媒体工作人员要充分认识到新媒体的优势，及时转变传统观念，树立“以人为本”的基本理念，充分考虑受众的特点，发挥自身优势，倡导多元化合作模式。传统媒体和新媒

体之间可以实现优势互补，提升自身在媒体行业中的影响力。传统媒体具有较长的发展历史，形成了一定的品牌效应，同时拥有丰富的资源，在公众中具有较强的公信力和影响力。在传播方式上，传统媒体形成了固定的传播渠道，方式较为单一，新媒体在网络技术和信息技术的支撑下，传播渠道更加多样化、多元化，同时具有很强的时效性，为受众提供了较大的便利，但是品牌效应和公信力相对不足。传统媒体市场化发展中要充分利用新媒体的优势，发挥两者的优势及合力，为受众提供良好的媒体氛围。

5.2 积极引进先进技术，实现技术融合

在传统媒体与新媒体融合发展中，技术缺陷是其面临的主要问题，新媒体依托大数据、互联网和云计算等方面的优势，媒体融合发展中要打破以往观念的束缚，兼顾全部媒体制订技术标准，保证传统媒体与新媒体的顺利融合。利用创新视频终端与手机终端有利于增加收视人群，激发受众的参与积极性，得到广大受众的认可。传统媒体还需专注于内容生产，要发挥新媒体拥有的网民数量与移动终端的优势，以及信息发布的及时性与互动性优势，将信息及时传播给受众。新媒体也需借助传统媒体的权威性、品牌效应，利用创新技术手段与传播渠道，深入研究受众的反馈信息，为广大受众提供丰富多样的信息，提升受众的依赖感和忠诚度，推动信息传播的健康发展。

5.3 彰显内容优势，起到舆论导向作用

在大数据时代，人们利用新媒体传播优势都能成为信息的传播者，这在方便信息传播的同时也影响了传播信息的真实性。不管是传统媒体还是新媒体，虚假信息都可能引起较大的社会舆论，对社会的稳定性产生负面影响，影响媒体融合的效果。在传统媒体和新媒体融合的过程中，要确保内容的准确性、全面性，才能更好地获得受众的认同。媒体融合发展要凸显内容优势，注重传播内容的审核，客观看待新闻事件，弘扬和传播社会正能量，起到良好的舆论导向作用。

5.4 两种媒体产业的互融

在形式上，传统媒体与新媒体之间存在较大的差别，两者在产业形式也不尽相同，这种情况会对传统媒体和新媒体的融合产生不利影响。要促进传统媒体与新媒体的有机融合，就要提升两种媒体产业的交融发展，及时清除产业融合中的障碍，寻求更多的合作机会，不断提升媒体融合的市场竞争效果，才能在激烈的市场竞争环境中占据一席之地。传统媒体与新媒体在产业融合发展中要不断寻求新的突破，为受众提供多样化的新闻信息，从而满足人们的基本需求，推动信息传播的良性循环。

5.5 为媒体融合培养复合型人才

大数据时代背景下，传统媒体与新媒体的融合发展对人才的要求越来越高，需不断加大新时期复合型人才的培养力度。从当前传统媒体从业人员来看，总体质量上参差不齐，缺乏懂技术、善于创造和创新的综合性人才。在媒体融合的过程中，一方面要从高校吸纳专业的媒体技术人才，为自身媒体的融合发展注入源源不断的活力；另一方面，要强化自身职工理论知识和专业技能的提高，改变媒体工作人员的思想观念，为媒体融合发展提供可靠的人才支持。传统媒体应根据自身发展情况制定奖惩分明的制度，提高媒体人的积极性和主观能动性；此外，要加强同类媒体之间的交流与合作，不断提升媒体融合过程中职工的综合素养。

结语

总而言之，在大数据技术飞速发展的当今时代，媒体融合是当前阶段社会发展的必然趋势，大数据背景的发展为传统媒体与新媒体融合发展提供了技术支持，媒体融合有利于发挥两种媒体的优势，提升媒体的权威性、公信力和舆论引导效果，起到传播党和国家的方针、路线、政策的作用，满足广大人民群众对新闻的基本需求。但是传统媒体与新媒体融合过程中仍存在不少问题，需要工作人员及时转变观念、积极引入先进技术、注重产业融合、培养复合型人才等，不断提升媒体融合的整体效果，从而推动其健康发展。媒

参考文献

[1] 吴惠娟．新旧媒体融合中的障碍和可行性分析 [J]. 湖北科技学院学报，2017，37（5）：136-139.

[2] 杨春竹，李志宏．基于大数据背景下的传统媒体与新媒体融合发展模式研究 [J]. 新闻传播，2017（4）：51，53.

[3] 陈寿富．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略 [J]. 江淮论坛，2016（4）.

[4] 陈燕，卢宇，刘旺．大数据背景下传统出版与新媒体融合发展刍议 [J]. 传播力研究，2018，2（23）：135.

[5] 黄瑶．纸质媒体与新媒体融合的发展策略研究——以微信为例 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（10）：29-30.

[6] 赵泰霖．大数据背景下传统媒体与新媒体的融合发展 [J]. 科技经济导刊，2017（7）.

[7] 马利娜．谈传统媒体与新媒体的融合发展 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（9）：292.

[8] 张砚．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略研究 [J]. 传播力研究，2018，2（7）：74.

（作者单位：山西省大同广播电视台）